

L'85% degli imprenditori: la Csr non paga la crisi **Risultati di una ricerca Dnv - Bocconi**

fonte: VITA

Superare la crisi economica, valorizzare le risorse umane e garantire la sicurezza dei lavoratori all'ordine del giorno nell'agenda degli imprenditori e dei manager italiani. Ecco quanto emerge da **una ricerca condotta da DNV (Det Norske Veritas) e Università Bocconi** che ha coinvolto circa 7.000 imprese nel mondo, di cui oltre 2000 italiane, prevalentemente PMI.

L'attenzione alla sostenibilità intesa anche come responsabilità d'impresa è un elemento strategico per le aziende italiane ed in particolare per le PMI. Oltre alla necessità di superare la crisi economica attraverso azioni mirate alla crescita dei ricavi ed alla riduzione dei costi, gli imprenditori e i manager intervistati hanno in agenda tematiche quali la tutela dell'ambiente, la sicurezza sul lavoro e l'efficienza energetica. L'indagine, condotta **su un campione di circa 7000 imprese nel mondo, di cui oltre 2000 italiane**, fornisce una visione dettagliata delle aspettative, delle priorità degli imprenditori e del management oltre che delle nuove tendenze sui temi della sostenibilità.

Rispetto allo scenario globale, emergono interessanti peculiarità nel tessuto imprenditoriale italiano:

- **La crisi non ferma l'attenzione ai temi della sostenibilità e della responsabilità di impresa.**

Oltre l'80% delle imprese italiane ritengono che la sostenibilità sia parte integrante della strategia aziendale anche e soprattutto alla luce dell'attuale congiuntura economica. L'85% dei manager intervistati, infatti, dichiara di mantenere costanti i livelli di investimento effettuati (circa il 70%) e, in alcuni casi, di incrementarli (15%). Spicca il dato relativo alla volontà delle piccole imprese di incrementare i livelli di investimento in questo ambito (26% contro una media del 15%).

- **Il tema della sostenibilità si fa strada anche nella microimpresa ed in particolare al Centro-Sud**

Oltre il 50% dei manager e degli imprenditori intervistati dichiara di avere una buona conoscenza delle tematiche legate alla sostenibilità.

L'attenzione alla sostenibilità non è più solo patrimonio delle grandi imprese. Sono sorprendentemente gli operatori delle micro e piccole imprese del centro-sud Italia a dichiarare un livello di conoscenza dei temi della sostenibilità comparabile a quello delle imprese di maggiori dimensioni, già da tempo impegnate su questo fronte.

Sostenibilità è ad oggi in Italia sinonimo di Ambiente e Sicurezza sul Lavoro

Più della metà degli intervistati dichiara di avere implementato azioni volte ad una migliore gestione della Sicurezza sul Lavoro. Questa visione interna della sostenibilità, centrata sulle risorse umane, è un dato in controtendenza rispetto al resto del mondo.

Circa il 55% del campione, inoltre, dichiara di essersi dotato di un sistema di gestione ambientale; tale pratica sembra essere più diffusa nel Centro-Sud (oltre il 60%) rispetto al Nord (circa il 50%).

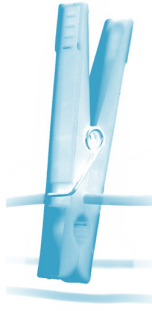
PMI italiane più competitive se attente alla sostenibilità

L'attenzione alla sostenibilità produce effetti positivi sulle imprese. **Il 41% del campione ne riconosce i benefici**, mentre solo il 12% dichiara di non aver riscontrato alcun vantaggio significativo.

Ancora una volta sono le piccole e micro imprese a confermare che comportamenti responsabili e strategie di sostenibilità sono un importante fattore di competitività.

La dimensione verde della sostenibilità sempre più al centro dell'attenzione

Il presente scenario economico pesa fortemente sulle scelte strategiche aziendali. Riduzione dei costi ed incremento dei ricavi permangono come elementi di sopravvivenza per le aziende. Ma il futuro vede una sempre maggiore attenzione ai temi dell'efficienza energetica e della riduzione dell'impronta ecologica, con un incremento medio degli investimenti



del 10% nei prossimi tre anni.

- **La certificazione come elemento di creazione di fiducia**

La certificazione di sistemi di gestione per l'ambiente, l'etica e la sicurezza si confermano strumenti importanti per il management delle imprese italiane. Oltre il 55% degli intervistati dichiara di utilizzare la certificazione come elemento di garanzia verso il mercato del proprio impegno.

- **Il confronto tra Italia e resto del mondo**

Confrontando i risultati italiani con il campione internazionale, emerge una maggiore diffidenza dei manager italiani sul reale interesse dell'opinione pubblica nei confronti di questi temi. Infatti, il 43% degli intervistati in Italia (contro meno del 30% all'estero) ritiene che la sostenibilità sia percepita al di fuori dell'impresa come uno strumento finalizzato al miglioramento dell'immagine aziendale o addirittura, nel 20% dei casi, un puro costo (meno del 10% all'estero).

È interessante notare come i recenti avvenimenti alla base della crisi economica abbiano influenzato i risultati dell'indagine: di particolare rilevanza il dato dell'America del nord che, sconvolta da scandali societari prima e successivamente dalla crisi economica, ritiene fondamentale l'introduzione e l'implementazione di codici di condotta (oltre il 60%).

- **Metodologia e campione della ricerca**

La ricerca è stata svolta, durante i mesi di settembre e ottobre, su un campione costituito da circa 7.000 imprese worldwide (di cui oltre 2.100 italiane) a cui è stato somministrato un questionario con la metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interview).

«Ad oggi la sostenibilità è un tema di interesse principalmente per la grande impresa. Il nostro obiettivo è stato quello di sondare il grado di conoscenza e di interesse delle Piccole e Medie imprese che, tra l'altro, costituiscono l'ossatura primaria del nostro Sistema Paese. Abbiamo riscontrato un crescente interesse delle PMI verso questa tematica» dichiara **Renato Grottola**, Market & Services Director DNV Business Assurance

«Le imprese di piccole e medie dimensioni sono attivamente e volontariamente coinvolte nelle aree della sostenibilità. Sebbene esse presentino caratteristiche intrinseche che le rendono differenti rispetto alle grandi imprese, la ricerca mostra come siano proprio le PMI a farsi portavoce attive di una visione strategica della CR, considerandola parte integrante dei core value su cui puntare nella formulazione delle proprie strategie, siano esse esplicite o implicite, per cui si può parlare anche di sunk CR», afferma **Francesco Perrini**, SIF Chair of Social Entrepreneurship e direttore della CSR Unit dell'Università Bocconi